



**FUNDACJA WSPÓŁPRACY
POLSKO-NIEMIECKIEJ**

**STIFTUNG
FÜR DEUTSCH-POLNISCHE
ZUSAMMENARBEIT**

**KATALOG SYSTEMU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ
FUNDACJI WSPÓŁPRACY POLSKO-NIEMIECKIEJ**

Warszawa, styczeń 2012



KATALOG SYSTEMU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

spis treści

ZNAK MARKI

forma podstawowa	3
kolor znaku w formie podstawowej	4
wersja kontrastowa.....	5
pole ochronne	6
wariant monochromatyczny	7
wariant achromatyczny	8
forma pionowa	9
forma pionowa – pole ochronne	10
wariant opcjonalny	11
formy niedozwolone	12
kolorystyka.....	13
typografia	14



ZNAK MARKI
forma podstawowa

sygnet



FUNDACJA WSPÓŁPRACY
POLSKO-NIEMIECKIEJ

STIFTUNG
FÜR DEUTSCH-POLNISCHE
ZUSAMMENARBEIT

Znak marki jest podstawowym elementem Systemu Identyfikacji Wizualnej oraz systemu prezentacji organizacji.

Zbudowany jest ze znaku graficznego (sygnetu) oraz nazwy instytucji prezentowanej w języku polskim i niemieckim.

Krój logotypu Fundacja Współpracy Polsko-Niemieckiej to Futura Regular.

ZNAK MARKI

kolor znaku w formie podstawowej



FUNDACJA WSPÓŁPRACY
POLSKO-NIEMIECKIEJ

STIFTUNG
FÜR DEUTSCH-POLNISCHE
ZUSAMMENARBEIT

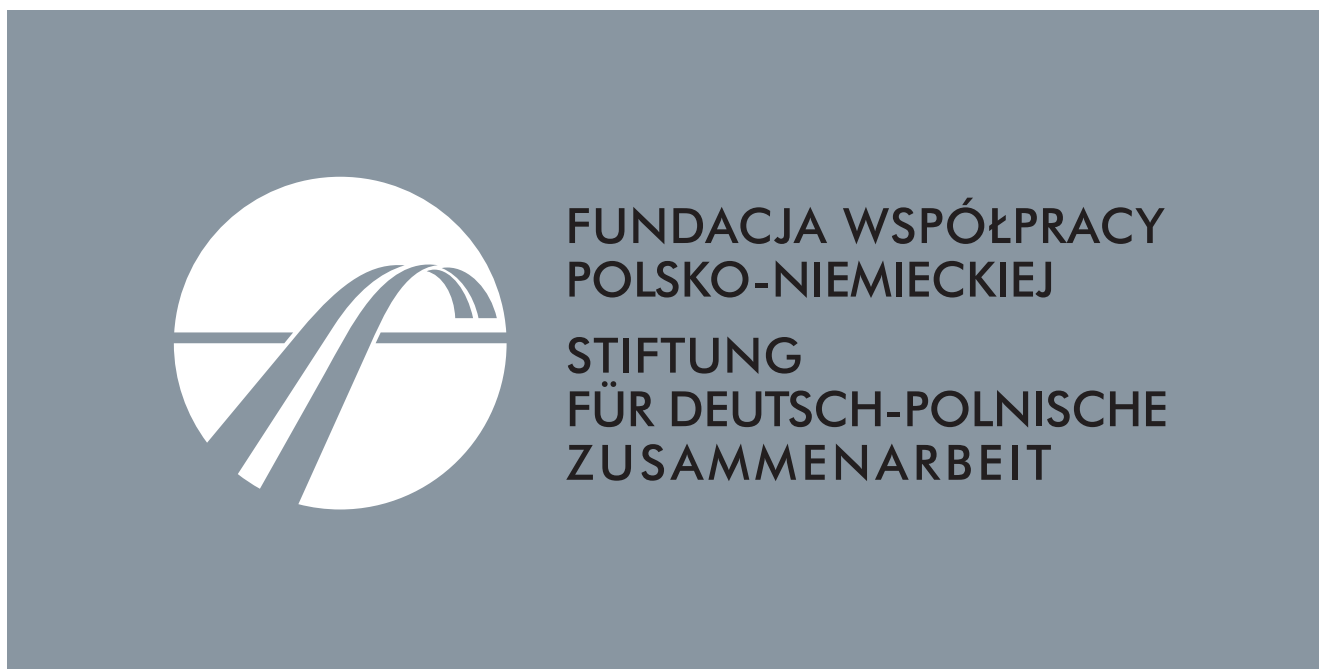
Stalowy o składowych C50 M35 Y30 K0 jest kolorem podstawowym dla znaku marki i występuje wtedy, gdy znak prezentowany jest na bieli.

Kolor ten należy stosować w druku z użyciem barw CMYK.

W przypadku druku jednokolorowego stosujemy odpowiednio:

- na podłożach powlekanych kolor PANTONE 7544 C,
- na podłożach niepowlekanych kolor PANTONE 7544 U.

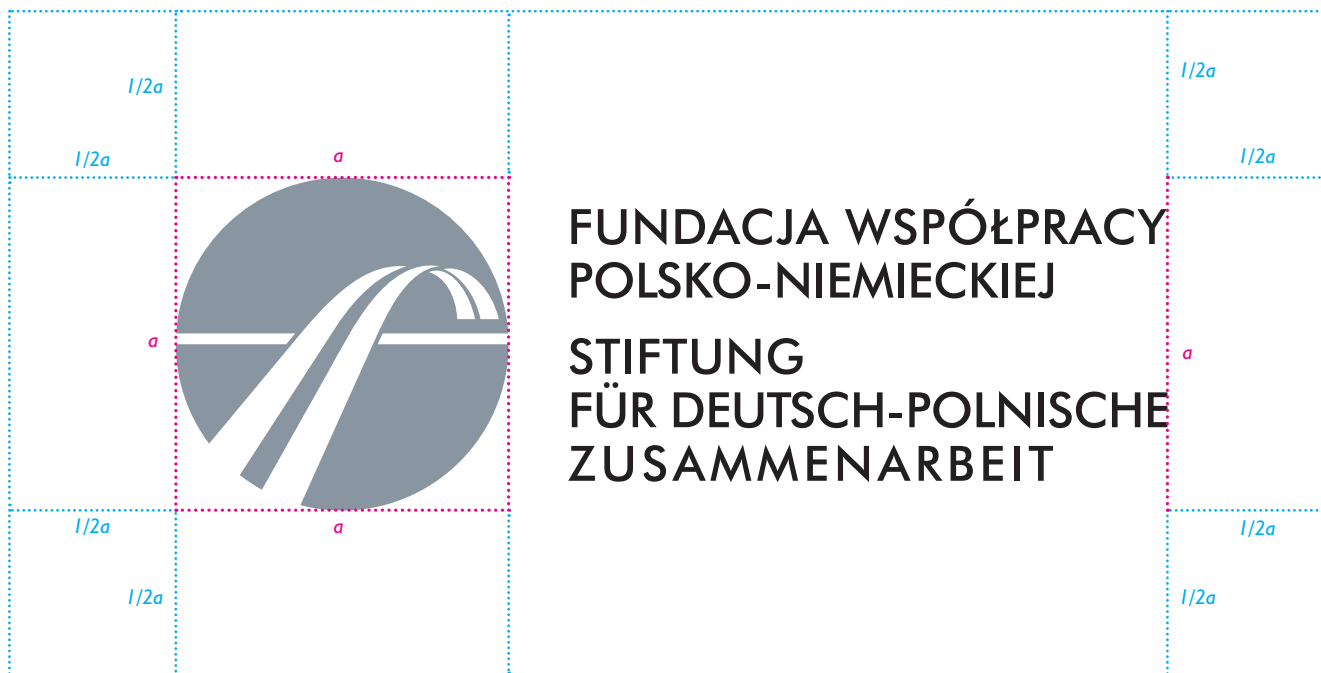
C 50	PANTONE
M 35	7544 C
Y 30	
K 0	PANTONE
	7544 U



System Identyfikacji Wizualnej dopuszcza stosowanie znaku
w wersji kontrastowej.



ZNAK MARKI pole ochronne



Pole ochronne definiuje obszar wokół znaku, w którym nie może pojawić się żadna obca forma graficzna i tekstowa.

Do wyznaczenia pola ochronnego użyto modułu konstrukcyjnego – kwadratu o boku równym $1/2a$.

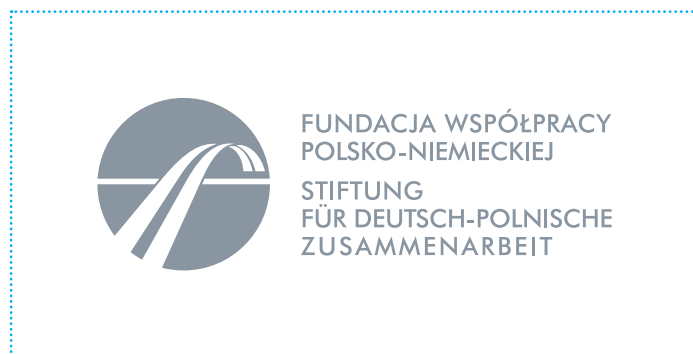
Minimalna wielkość znaku wraz z polem ochronnym wynosi 35 mm.



35 mm

ZNAK MARKI

wariant monochromatyczny

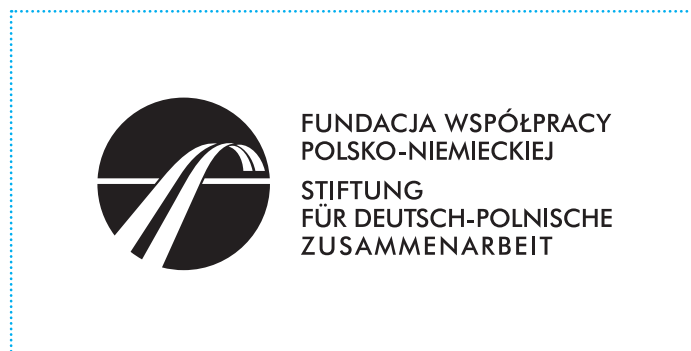


System Identyfikacji Wizualnej dopuszcza stosowanie znaku w wariantach jednobarwnych – monochromatycznych dla poprawy czytelności przekazu (np: hierarchia informacji).

Warianty monochromatyczne występują tylko w obrębie przedstawionej w manualu kolorystyki podstawowej.

ZNAK MARKI

wariant achromatyczny



Warianty achromatyczne znaku mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji instytucji, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek itp.).



ZNAK MARKI

forma pionowa

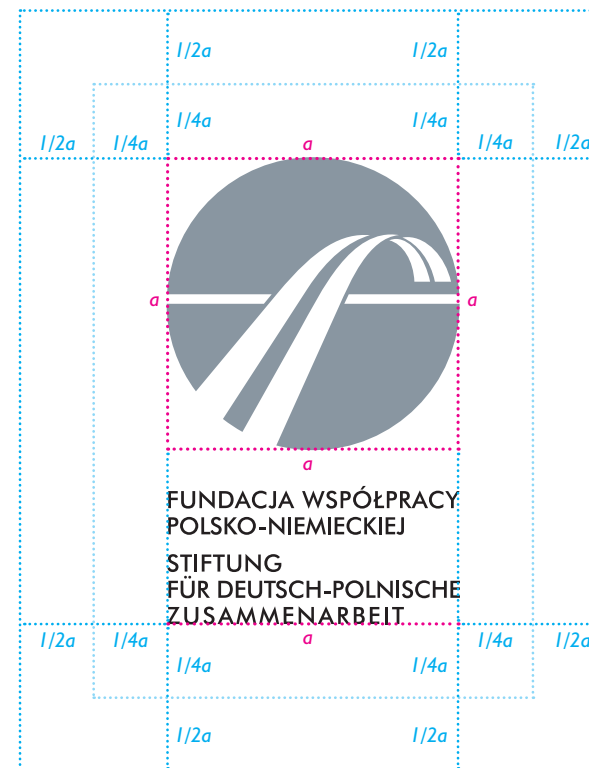


Forma pionowa znaku marki jest formą uzupełniającą. Wykorzystywana jest w tych obszarach komunikacji instytucji, gdzie zastosowanie formy podstawowej jest utrudnione ze względów poprawności odbioru oraz ograniczeń projektowych.



ZNAK MARKI

forma pionowa – pole ochronne



Pole ochronne w formie uzupełniającej wyznacza moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku równym $1/2a$.

Dopuszczalne jest stosowanie znaku z zachowaniem pola ochronnego wyznaczonego modułem $1/4a$ w przypadku dużych przestrzeni, w których prezentowany jest znak marki.

ZNAK MARKI

wariant opcjonalny



Wariant opcjonalny znaku ma zastosowanie w tych obszarach komunikacji instytucji, gdzie wykorzystanie wersji podstawowej jest niemożliwe ze względu na wielkość pola ekspozycyjnego, co może powodować brak czytelności logotypu (na przykład gadżety reklamowe – smycz, pendrive, długopis itp.).



ZNAK MARKI

formy niedozwolone



Typowe błędy związane z powielaniem oraz wykorzystywaniem znaku.



ZNAK MARKI

kolorystyka

R 146 G 153 B 163	R 0 G 0 B 0	R 255 G 255 B 255								
C 50 M 35 Y 30 K 0	C 0 M 0 Y 0 K 100	C 0 M 0 Y 0 K 0								
PANTONE 7544 C										
PANTONE 7544 U										
<i>kolory podstawowe</i>			R 255 G 237 B 0	R 246 G 130 B 32	R 238 G 28 B 36	R 136 G 0 B 108	R 77 G 0 B 136	R 26 G 0 B 144	R 0 G 174 B 240	R 153 G 217 B 42
			C 0 M 0 Y 100 K 0	C 0 M 62 Y 99 K 0	C 0 M 94 Y 95 K 0	C 32 M 100 Y 4 K 16	C 78 M 100 Y 0 K 0	C 97 M 100 Y 0 K 0	C 88 M 0 Y 0 K 0	C 57 M 0 Y 100 K 0
			<i>kolory dopełniające</i>							

Kolorystyka jest istotnym czynnikiem kształtującym tożsamość i sposób postrzegania znaku.
 Powyżej przedstawiono szczegółowe parametry kolorystyczne w trzech systemach barwnych CMYK, RGB i PANTONE.
 Podstawowym tłem do zastosowania logo jest kolor biały.



ZNAK MARKI

typografia

Humanist 52I Light
Humanist 52I Regular
Humanist 52I Bold

Arial Narrow Regular
Arial Narrow Bold

Podstawowymi fontami instytucji stosowanymi w komunikacji jest rodzina Humanist 52I EU w odmianach: Light, Normal, Bold.
W dokumentach generowanych przez programy biurowe zaleca się stosowanie systemowego kroju pisma Arial Narrow w odmianach: Regular i Bold.
Interlinia powinna wynosić od 10% do 20% wielkości fontu.

Przy konstruowaniu przekazu należy dbać o jego czytelność.





www.openagencja.pl

